

Peningkatan Kepuasan Konsumen melalui Citra Merek, Kualitas Produk dan promosi pada Olive Fried Chicken Semarang

NOVIA WIJAYANTI PUTRI

(Pembimbing : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202488@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan bisnis sekarang ini telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Jumlah sampel sebanyak 100 responden merupakan pelanggan Olive Fried Chicken yang ada di Semarang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila pelayanan tersebut meningkat maka hal itu akan meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila kualitas produk tersebut meningkat hal itu akan meningkatkan kepuasan konsumen. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya apabila promosi tersebut meningkat maka hal itu akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Produk

Increasing Customer Satisfaction through Brand , Quality Products and Promotions at Olive Fried Chicken Semarang

NOVIA WIJAYANTI PUTRI

(Lecturer : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202488@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Lately, the business development has grown rapidly and has been sustainable metamorphosis. Every business is required to have sensitivity to any changes that occur and puts the orientation to customers satisfaction as the primary goal. There are 100 respondents of Olive Fried Chicken customers of Semarang as the sampel of this research. The technique of the data analysis uses multiple linear regressions. The result shows that brand image, product quality and promotion influence to customers satisfaction positively and significantly, meaning that if the brand image, product quality and promotion increase significantly so they will increase the customers satisfaction.

Keyword : Brand Image; Customers Satisfaction; Product Quality; Promotion